Acest site foloseste cookies. Navigand in continuare, va exprimati acordul asupra folosirii cookie-urilor Afla mai multe!

Motto: „ Adevărul este stăpânul nostru, nu noi stăpânim adevărul ”

21 decembrie, 2024

- €4.8694
- $3.9660

Cauta...

ACTUAL

- **Fenomenul care sfidează logica: „Timp Negativ" observat în experimente cuantice. Descoperirea contro**
- **Oamenii de știință au descoperit un al doilea nucleu ascuns în interiorul Pământului**
- **Baba Vanga: Predicții Îngrijorătoare pentru 2025 - „Începutul Apocalipsei"**
- **Descoperirea finalului de an: Astronomii au găsit canale ascunse ce leagă sistemul nostru solar de alte co**
- **Strategia Națională de Apărare pe înțelesul tiktokarilor**
- **CCR a anulat alegerile degeaba: Nu Rusia, ci PNL a atacat cibernetic România in campania lui Călin G**
- **Joe Biden a aprobat unul dintre ultimele sale acte și aruncă în aer relația dintre SUA și China**
- **Să vorbim pe șleau: Iohannis & Pahonțu au ordonat PNL ca să-l susțină pe Călin Georgescu ca să-i scad**
- **Elon Musk, mesaj exploziv, despre alegerile din România: "Cum să nu fie considerat un dictator?!"**
- **Veste bună pentru clienții Hidroelectrica: facturile din octombrie și noiembrie vor fi recalculate și vor fi**

CCR a anulat alegerile degeaba: Nu Rusia, ci PNL a atacat cibernetic România in campania lui Călin Georgescu. Un document ANAF confirmă manipularea de pe TikTok

Postat la: 21.12.2024 | Scris de: ZIUA NEWS

0

-
-
- Postează
-
-

O ancheta incendiara a snoop.ro demonstreaza ca promovarea masiva a lui Calin Georgescu de pe tik-tok nu a fost un atac cibernetic rusesc. Mai precis PNL a platit printr-o companie specializata, Kensington Communication, racolarea a zeci de influenceri care sa promoveze actiunea Echilibru si Verticalitate, adica fix aceea care era acuzata in asa-zisele documente secretizate ale CSAT, ca fiind un atac la integritatea democratiei si statului român, teorie pe care s-a bazat anularea alegerilor de catre CCR. Ca atare, alegerile libere au fost anulate nu numai abuziv si ilegal, dar se dovedeste ca motivul e unul fals, asa cum Ziuanews a anuntat inca de la debutul acestei mascarade. Redam in continuare integral ancheta celor de la snoop.ro intrucat consideram ca este de importanta nationala:

- Snoop a aflat că ANAF a descoperit în aceste zile că „acțiunea de campanie Echilibru și Verticalitate, de pe pe TikTok, a fost plătită din banii Partidului Național Liberal", conform unei surse confidențiale, la curent cu rezultatul cercetării ANAF.
- Informația a fost confirmată pentru Snoop din discuțiile și corespondența purtată chiar cu firma angajată de PNL, Kensington Communication, care a gândit campania.
- Firma a plătit 130 de influenceri cooptați pe platforma FameUp, dar susține că „forma generată de Kensington Communication a suportat unele modificări, care nu aparțin echipei noastre și nici nu avem cunoștință să fi fost solicitate de către reprezentanți ai partidului".
- Kensington spune că „hashtag-ul ales de compania noastră a fost #echilibrusiseriozitate, acesta fiind schimbat în platforma FameUp, fără implicarea noastră, în #echilibrusiverticalitate".
- Numai că, în integralitatea ei, campania #EchilibruşiVerticalitate a fost creată pentru Călin Georgescu, se susține într-un document desecretizat al CSAT și într-un raport al Expert Forum.
- Campania a adunat 2,4 milioane vizualizări, „unde influenceri îl descriu după un script copy-paste pe Călin Georgescu, fără a-l nominaliza, dar folosind caracterizările pe care și le face chiar el", susține Expert Forum.
- De asemenea, o analiză a Snoop, realizată chiar pe brief-ul trimis redacției de firma angajată de liberali arată că influencerii au respectat indicațiile prestabilite de către PNL.
- Cu aceeași platformă a fost realizată campania de TikTok pentru cartea președintelui PNL de la acea oră, Nicolae Ciucă.

130 de influenceri cooptați de compania Kensington Communication, angajată de PNL și care s-a folosit de platforma FameUp, au lansat în luna noiembrie 2024, înaintea alegerilor prezidențiale, o campanie intitulată #EchilibruşiVerticalitate.

Influencerii au primit un scenariu și au transmis într-un video, către public, calități ale unui viitor președinte, fără să-l numească. Unii influenceri au scris în comentariile de la video: „Călin Georgescu".

Captură din emisiunea de pe YouTube a lui Silviu Faiăr din 22 noiembrie. Întrebarea din comentarii este pe contul de TikTok al influencerei Natalie Beatrice, care a luat parte la campania „Echilibru și Verticalitate"

Serviciul secret al Ministerului de Interne a înaintat către CSAT o notă în care susține că a analizat campania #EchilibruşiVerticalitate, care a fost prezentată publicului drept „campanie care viza creșterea nivelului de conștientizarea cu privire la importanța participării la vot".

În realitate, susține documentul descretizat de CSAT în 5 decembrie, campania #EchilibruşiVerticalitate a fost făcută pentru Călin Georgescu.

Influencerii au fost instruiți pentru „evitare a detecției"

„Inițiatorii au prezentat persoanelor implicate metode de evitare a detecției elementelor de conținut care nu respectă politicile platformei TikTok", se notează în documentul CSAT.

Vineri, 20 decembrie, în urma întrebărilor Snoop, firma Kensington, angajată de liberali, a recunoscut că această campanie a fost plătită de PNL, dar susține că a fost „o serie de brief-uri, destinate unor campanii de conștientizare a opiniei publice". Kensington este deținută de Răzvan Săndulescu și Cătălin Dumitru.

Firma angajată PNL susține că i s-a schimbat numele campaniei, fără voia sa sau a partidului. Astfel, firma livrase numele campaniei #echilibrusiseriozitate, „acesta fiind schimbat în platforma FameUp, fără implicarea noastră, în #echilibrusiverticalitate".

În documentul CSAT nu apărea numele firmei și nici faptul că această campanie de TikTok a fost plătită de PNL. Snoop a intrat pe altă cale în posesia acestei informații.

AEP a cerut lămuriri la ANAF

În ultimele zile, la cererea Autorității Electorale Permanente (AEP), Fiscul din România (ANAF) a investigat finanțarea mai multor acțiuni de promovare pe social media, în campania electorală pentru alegerile prezidențiale. Promovarea s-a derulat în luna noiembrie, cu câteva săptămâni înainte de alegeri. Campaniile n-au fost marcate drept publicitate politică.

Una dintre campaniile a căror finanțare a fost cerută de ANAF s-a numit #EchilibrușiVerticalitate.

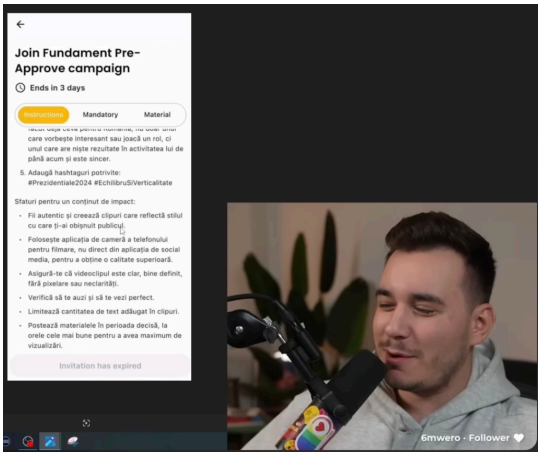
Investigația și concluziile ANAF

Fiscul a audiat oamenii implicați, de la firme și persoane fizice. A cercetat fluxurile financiare.

Inspectorii ANAF au aflat că banii pentru „Echilibru și Verticalitate" au venit de la PNL, mai exact de la firma Kensington Communication, care face servicii de marketing politic, dar și campanii online pentru liberali.

„Investigația ANAF s-a încheiat acum câteva zile și răspunsul va fi în curând trimis către AEP", a spus pentru Snoop un specialist care este la curent cu concluziile ANAF. Din cauza subiectului delicat și magnitudinii descoperirilor, sursa a ales să fie confidențială.

Specialistul a confirmat că „este un șoc pentru toată lumea faptul că banii publici oferiți de către contribuabili pentru PNL au fost folosiți pentru promovarea unui alt candidat".



Scriptul folosit pe platforma FameUp arătat în emisiunea lui Faiăr de pe YouTube din 22 noiembrie, documentată de jurnalista Teodora Munteanu.

Cătălin Dumitru, Kensington: „Sincer, eu cred că echipa lui Călin Georgescu s-a cățărat pe campanii deja făcute"

Snoop l-a contactat telefonic pe Cătălin Dumitru, co-fondator al firmei Kensington Communication, cea care a derulat contul media pe TikTok pentru liberali și a angajat influencerii, prin FameUp.

Dumitru a spus: „Noi am făcut pentru PNL, prin influencerii de pe FameUp, campanii civice pe TikTok. Nu am făcut campanii politice".

Dumitru a negat că „firma Kensington Communication a folosit hashtagul #EchilibrușiVerticalitate". L-am întrebat dacă nu hashtagul, ci scripturile și scenariul au fost livrate de către Kensington în numele PNL.

La această întrebare, Cătălin Dumitru a solicitat scripturile. Redacția a trimis către firma angajată de PNL scripturile campaniei „Echilibru și Verticalitate", așa cum au fost ele rostite de influenceri și o listă de influenceri care au prestat în această campanie.

Cătălin Dumitru de la Kensington a încheiat discuția: „Sincer, eu cred că echipa lui Călin Georgescu s-a cățărat pe campanii deja făcute". A promis că va răspunde în scris.

Răspunsul firmei angajate de PNL

Vineri, după primirea scripturilor și listei, Kensington Communication a revenit cu un email în care admite că e campania PNL, dar susține că „Forma generată de Kensington Communication a suportat unele modificări, care nu aparțin echipei noastre și nici nu avem cunoștință să fi fost solicitate de către reprezentanți ai partidului".

Snoop a întrebat de ce s-a plătit campania dacă i s-a schimbat forma, dar nu a primit niciun răspuns.

Iată emailul trimis pentru publicul Snoop de către firma angajată de PNL:

„Kensington Communication a realizat, la comanda Partidului Național Liberal, o serie de brief-uri, destinate unor campanii de conștientizare a opiniei publice, în acord cu valorile partidului și în nici într-un caz în acord cu liniile de comunicare ale altei formațiuni, ori candidat.

Aceste campanii nu au avut un caracter electoral. Obiectivul campaniei a fost de a promova valori liberale, pro-europene și teme sociale de interes major (cum ar fi combaterea consumului de droguri), precum și campanii anti-extremiste, în contextul în care exista suspiciunea rezonabilă că ne confruntăm cu o recrudescență accelerată a curentului iliberal, nedemocratic.

Briefurile pe care le-am formulat au vizat, nu un îndemn pentru votul unei persoane, ci o atitudine responsabilă și o alegere matură, care să continue drumul democratic al României.

De asemenea, au mai fost abordate teme diverse, așa cum am menționat, de conștientizare a unor probleme grave, manifestate, cu prisosință, în rândul tinerei generații, precum, siguranța în școli și consumul de droguri.

Referitor la brief-ul care face obiectul întrebărilor Snoop:

Forma generată de Kensington Communication a suportat unele modificări, care nu aparțin echipei noastre și nici nu avem cunoștință să fi fost solicitate de către reprezentanți ai partidului.

> **Astfel, hashtag-ul ales de compania noastră a fost #echilibrusiseriozitate, acesta fiind schimbat în platforma FameUp, fără implicarea noastră, în #echilibrusiverticalitate. Nu cunoaștem dacă și în ce fel ar fi fost folosit și exploatat politic acest hashtag, întrucât rolul nostru a fost strict acela de a genera idei de brief-uri conform cu solicitările clientului nostru, în acest caz, PNL.**

Vă prezentăm, cu titlu exemplificator, câteva dintre briefurile transmise FameUp, relevante pentru o mai bună înțelegere a profilului mesajelor elaborate și transmise platformei cu scopul de conștientizare a importanței unei atitudini pro-europeane, serioase, echilibrate și anti-extremiste.

Precizăm, totodată, că Kensington Communication nu a făcut nici în trecut și nu va face nici în viitor, nicio campanie de promovare pentru persoana sau candidatul Călin Georgescu (sau alți candidați de această factură) întrucât valorile Kensington Communication nu sunt în acord cu cele promovate de această persoană".

Influencerii au respectat brief-urile trimise de firma PNL

Compania Kensington a pus la dispoziția Snoop.ro mai multe brief-uri, dintre care unul se referă strict la campania pentru prezidențiale. Analiza arată că influencerii au respectat indicațiile prestabilite.

Denumit „brief influenceri nr. 2", acesta are ca obiectiv promovarea temei: Ce fel de președinte îți dorești pentru România? Și conține trei hashtag-uri.

Unul este #prezidentiale2024, este redat cu acest nume în analiza MAI desecretizată ca urmare a ședinței CSAT din 28 noiembrie 2024.

Alte două hashtag-uri seamănă cu cele aflate în brief:

- #echilibrusiseriozitate (brief original), devenit #echilibrusiverticalitate;
- #unpresedintepentruromania (brief original), devenit #unliderpotrivitpentrumine.

Ce erau sfătuiți să facă influencerii?

„Un video de 30-50 de secunde de tip daily vlog, în care vorbești comunității tale despre calitățile care contează pentru cineva care candidează la funcția de președinte al României."

De aici, din brief, se observă similitudini clare cu discursul influencerilor. Nouă dintre discursurile lor au fost extrase de jurnaliștii de la Gândul pe 12 noiembrie, iar unele pasaje sunt identice. Gândul a fost prima publicație care a scos în evidență campania „Echilibru și verticalitate", ca o campanie politică, ascunsă. Puteți citi transcrierile integrale aici.

De exemplu:

Script: „Sunt 14 candidați prezidențiali, dar nu toți sunt la fel de experimentați sau la fel de pregătiți pentru funcția de președinte."

- **Influencer 5**: „După cum bine știți, sunt 14 candidați, dar, evident, nu sunt toți pregătiți să devină președintele României"
- **Influencer 7:** „Avem 14 candidați, dar oare toți sunt pregătiți pentru funcția de președinte?"

Script: „Nu toți candidații sunt la fel și că există unii care sunt mai calificați pentru această funcție, în timp ce alții nu au pregătirea necesară. E important deci ca oamenii să cântărească și să aleagă atent".

- **Influencer 1:** „Trebuie să fim atenți dacă are pregătirea necesară"
- **Influencer 8:** „Nu toți candidații sunt foarte bine pregătiți"

Script: „Ne dorim un președinte serios și echilibrat"

- **Influencer 2:** „Cel mai important (...) este să fie un om echilibrat"
- **Influencer 3**: „Cred că toți ne dorim un om corect, serios și echilibrat"
- **Influencer 4:** „Trebuie să fie echilibrat"
- **Influencer 5**: „Ne dorim un președinte echilibrat, serios"

Script: „E nevoie de un om corect, care nu poate fi legat de scandaluri de corupție".

- **Influencer 1**: **„E nevoie de un om corect, care nu poate să fie legat de scandaluri de corupție"**
- **Influencer 5:** „Avem nevoie de un om corect, care să nu fie legat de scandaluri de corupție"
- **Influencer 2: „**Să fie corect, să n-aibă un trecut dubios, să nu fie cercetat penal"

Script: „Trebuie să avem un președinte care a demonstrat patriotismul prin fapte, nu prin vorbe"

- **Influencer 1**: „un președinte care a demonstrat calitățile lui prin fapte, nu doar prin vorbe"
- **Influencer 3**: „cineva care a demonstrat prin fapte și nu doar prin vorbe"
- **Influencer 4**: „să-și demonstreze calitățile de lider prin fapte, nu prin vorbe**"**
- **Influencer 5:** „președinte care a demonstrat calitățile sale prin fapte și nu prin vorbe"
- **Influencer 9:** „trebuie să alegem un președinte care a demonstrat prin fapte și nu prin vorbe"

Script: „Oamenii așteaptă un candidat care deja a făcut ceva pentru România. Nu doar unul care vorbește interesant, ci unul care are niște rezultate în activitatea lui de până acum"

- **Influencer 5:** „Dragilor, avem nevoie de un candidat care a făcut deja ceva pentru noi"
- **Influencer 6**: „care a făcut chestii, care nu doar vorbește"
- **Influencer 3**: „E important să ne uităm la cine are rezultate reale"

Singura frază din propuneri care nu apare la niciunul dintre cei 9 influenceri analizați de Gândul este cea legată de un partid puternic și de Statele Unite. Fraza neabordată este următoarea:

> „E important ca președintele să aibă susținerea unui **partid puternic**. Așa e în toate țările, inclusiv în **America**. E greu să conduci țara dacă nu ai parteneri în Parlament, în Guvern, în administrația locală".

Expert Forum: „Campania e una de promovare a lui Călin Georgescu sub eticheta #echilibrușiverticalitate"

Organizația neguvernamentală Expert Forum a realizat raportul „Cum a crescut Călin Georgescu în sondaje? Politica pe TikTok-ul românesc", publicat pe 23 noiembrie în care a concluzionat că #echilibrușiverticalitate a fost realizată pentru Călin Georgescu și că a fost, înainte, încercată în alegerile din Republica Moldova.

„Pe modelul campaniei Stoianoglo, există influenceri români fără nicio afinitate față de politică, adică cu conținut exclusiv de modă, machiaj, divertisment, care au început să posteze sub un singur hashtag, fără să numească candidatul beneficiar. Campania e una de promovare a lui Călin Georgescu sub eticheta #echilibrușiverticalitate și mizează pe ideea unui președinte care crede în neutralitate, vertical, reciclând practic mesajele lui Georgescu din campania de pe TikTok", scrie Expert Forum, în studiul publicat integral și de G4Media.

Ce a găsit CSAT folosind resursele aliaților României

Din documentul desecretizat de CSAT rezultă că folosind „lecțiile învățate prezentate la nivelul altor state", e vorba de aliații României, MAI a descoperit că acest tip de campanie a mai fost folosit. „A fost activ în perioada premergătoare inițierii agresiunii de către Federația Rusă contra Ucrainei", pretinde raportul.

Exemplul dat în CSAT îl reprezintă chiar campania #EchilibruşiVerticalitate:

„În concret, campania informațională *Echilibru și Verticalitate* este identică cu campania *Frate pentru Frate* derulată de Federația Rusă în Ucraina, ambele realizându-se prin manipularea unor micro-influenceri legitimi".

O secvență video din campania „Echilibru și Verticalitate"

Derulată de Rusia în Ucraina, campania „Frate pentru Frate" s-a bazat pe „narativul conexiunii grupurilor etnice".

Derulată în România, campania „Echilibru și Verticalitate" s-a bazat, printre alte idei, pe „egalitate economică și spirituală", așa cum se exprimă una dintre influencere, semnalată într-o emisiune din 22 noiembrie de către Silviu Istrate cunoscut ca Faiăr.

Faiăr a remarcat și el campania pro Călin Georgescu derulată sub numele #EchilibruşiVerticalitate înaintea primului tur al alegerilor prezidențiale.

Explicațiile influencerului Marius Cătălin, care recunoaște că a fost plătit

Unul dintre influenceri, Marius Cătălin, promotori ai #echilibrușiverticalitate, a fost contactat de HotNews. El a promovat un mesaj video pe TikTok, pe ideea: „Ce calități trebuie să îndeplinească următorul nostru președinte?", reluând multe dintre elementele de discurs comune celorlalți influenceri care au multiplicat campania.

Marius Cătălin are peste 814.000 de urmăritori pe TikTok. El creează în general, conținut cu provocări și videoclipuri despre mașini.

Videoclipul despre „următorul nostru președinte" era marcat ca fiind „parteneriat plătit", iar în descriere se regăsesc „#echilibrușiverticalitate" și „#prezidențiale2024".

Marius Cătălin a recunoscut pentru HotNews că a fost vorba despre o campanie plătită. Brieful a fost făcut pe platforma FameUp ca un anunț, însă nu a fost atribuită unui utilizator, nume de candidat sau de partid.

A spus că a existat un script trimis împreună cu oferta de colaborare, din care „influencerul alege ceea ce vrea să spună din acel script, pentru că așa funcționează orice campanie".

Alți influenceri, însă, au postat chiar ei numele lui Călin Georgescu la comentarii sau au acceptat „un număr ridicat de comentarii în care se specifica numele lui Călin Georgescu, comentarii efectuate pentru fiecare postare video de promovare", susține raportul CSAT.

Dezvăluirile din Gândul

Date despre campania „Echilibru și Verticalitate" au apărut în spațiul public, pentru prima oară, în două articole din „Gândul", cu 12 zile înainte de primul tur al prezidențialelor.

Publicația online a relatat, cu detalii, felul în care un candidat misterios, dintre cei 14, este promovat pe TikTok.

„Influenceri folosiți în campania electorală pentru PREȘEDINȚIA ROMÂNIEI. Plăți ilegale pentru postări politice pe TikTok", a titrat Gândul, pe 12 noiembrie.

„Este vorba despre un asediu masiv, la nivel online, cu toate că influencerii - potrivit legii - nu pot face publicitate politică. Este ilegal, iar beneficiarul acestui scenariu ar putea fi taxat drastic", au explicat sursele citate de Gândul.

Campanie electorala mascată, realizată prin intermediul unor tineri influenceri sub pălăria #EchilibruşiVerticalitate nu a scăpat neobservată, iar alți influenceri din România au tras deja un semnal de alarmă, a notat publicația.

Mădălina Vin, spre exemplu, a sesizat că „sute de influenceri" vor un președinte cu „echilibru și verticalitate".

„Dar oare cine le-a finanțat? Deși ele nu menționează un candidat, brieful este același. (...) Oricum am lua-o, asta este o reclamă politică", a spus Mădălina Vin, explicând și cum sunt reglementate reclamele politice în Uniunea Europeană.

Bani de la firma PNL către FameUp

În al doilea articol din Gândul, în 13 noiembrie, au apărut și sume.

Kensington Communication SRL a plătit către platforma de influenceri FameUp peste jumătate de milion de lei:

- 243.877 RON - 09.10.2024
- 130.639 RON - 23.09.2024
- 121.863 RON - 11.09.2024

La rândul său, PNL a plătit către Kensington Communication SRL suma de 1.017.098 RON, în data de 6 noiembrie 2024, a scris Gândul.

În acel moment, nu se știa încă ceea ce ANAF a descoperit după cercetările pornite în momentul anulării turului 2: că una dintre cele mai importante campanie pe TikTok a lui Călin Georgescu a fost plătită de către Partidul Național Liberal.

Legătura cu PNL a fost menționată și de către Ziarul de Iași, într-un articol publicat în 28 noiembrie, în care jurnaliștii scriu cine se află în spatele lui FameUp, dar și că „surse apropiate de Ziarul de Iași spun că, de fapt, candidatul promovat prin campaniile FameUp ar fi fost Nicolae Ciucă".

Modelul FameUp folosit pentru promovarea cărții lui Nicolae Ciucă în septembrie

În luna septembrie mai mulți influenceri de pe TikTok au promovat cartea „Un ostaș în slujba țării", semnată de Nicolae Ciucă, printr-un script venit tot prin platforma FameUp.

Clipurile au urmat un brief care conținea ideea de a descoperi „omul din spatele cărții", de unde și hashtag-ul folosit #omuldinspatelecartii. Acestui i s-au adăugat #foryou și #informeazate.

Influencerii au folosit aceeași narativă despre „o superbă poveste de dragoste care s-a înfiripat acum 41 de ani prin gardul dintre licee" (cum și-a cunoscut Nicolae Ciucă soția) și „să te informezi din cât mai multe surse pentru a-ți forma o părere" (vorbesc în clipuri despre patru articole de presă care fac recenzie cărții).

Nimeni nu-i rostește numele lui Nicolae Ciucă.

- „Este despre un om în slujba țării pasionat de viața rurală"
- „Eu mă gândesc serios să citesc și cartea"
- „E absolut înduioșător cum s-a îndrăgostit de soție"
- „Am simțit vibrația unui om care scrie cu sinceritate"
- „Partea cu liceul militar mi se pare cea mai interesantă"
- „Poate ăsta este pasul meu să m-apuc de citit"

Sunt câteva dintre replicile spuse de influencerii care au promovat cartea pe TikTok.

„Au fost mai multe mesaj, unii le-au șters între timp", spune Dragoș Pătraru în emisiunea Starea Nației din 19.09.2024. „Li s-a dat un text (...) un brief și foarte mulți s-au executat imediat."

În acest caz, influencerii știau însă că este vorba despre cartea lui Nicolae Ciucă, confirmă pentru Snoop influencera Roxana Brănișteanu.

„Nu am știut că a fost o campanie, m-am prins târziu că era o campanie pentru politicieni. Pe mine mă interesa cartea și o așteptam să ajungă la mine", spune Roxana Brănișteanu care are și canalul de YouTube „iCarte, iParte".

FameUp și-a șters contactul de New York

Până la alegerile parlamentare din 1 decembrie 2024, pe site-ul oficial al celor de la FameUp era trecut la contact SC INOVATIVE ALIA SRL, firma din spatele startup-ului și o adresă din Statele Unite: 2261 42nd Street New York. Aceasta a dispărut în urma anulării alegerilor.

În loc a apărut adresa companiei din Iași: Aleea Păcurari nr. 12, Iași. „La adresa din New York este o garsonieră de 65 mp. Mai mult ca sigur aici este un office al FameUp în State", a declarat pentru Snoop un apropiat al firmei.

De asemenea, Ionuț Pătrășcoiu, fondatorul FameUp, și-a eliminat funcția de CEO de pe aplicația LinkedIn după dezvăluirile din presă.

Bogdan Gheorghiu, acționar minoritar FameUp, a spus, pentru Ziarul de Iași, că a făcut campanie pentru un candidat care a luat mai puține voturi, iar jurnaliștii au susținut că acesta ar fi Nicolae Ciucă.

Contactat de Snoop, patronul FameUp a spus că „a colaborat cu autoritățile".

Într-un răspuns scris, ulterior, FameUp a revenit: „FameUp nu are și nu a avut niciun fel de colaborare cu persoana Călin Georgescu sau cu vreun alt membru implicat în campania de promovare a domniei sale pentru funcția de Președinte al României", fără să răspundă la întrebările despre PNL și Nicolae Ciucă.

„Campaniile desfășurate prin intermediul platformei au fost campanii de informare si s-au rezumat strict la conștientizarea unor seturi de mesaje, promovând valori și principii atât democratice, cât și euroatlantice. Platforma noastră nu a promovat, în mod direct sau indirect, prezența sau discursul vreunui candidat, persoană fizică, în cadrul campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale", a mai adăugat FameUp.

Nu a fost singura campanie identificată pro-Georgescu

Campania despre care a scris Snoop nu a fost singura în care Călin Georgescu a beneficiat de promovare pe TikTok. De exemplu, într-un alt document declasificat după ședința CSAT, brașoveanul Bogdan Peșchir (bogpr) este indicat ca făcând donații de peste un milion de euro.

El a confirmat, pentru Europa Liberă, că a dat bani pentru conturi care îl promovau pe Călin Georgescu, insistând că nu a donat direct către candidat.

Snoop a discutat pe parcursul zilei de vineri cu mai mulți lideri PNL care au spus că nu comentează în acest moment.

Au contribuit: Cristian Andrei, Alexandra Nistor (HotNews)
Editor: Dan Duca
Foto deschidere: Ion Mateș

DIN ACEEASI CATEGORIE...

- **Asasinarea generalului rus: a fost publicată prima mărturie a suspectului reținut**
- **Ies la iveală abuzuri inimaginabile ale lui Alfred Bulai. Își bătea elevele de școală generală la fundul gol pe care le apleca peste bancă**
- **Fostul dictator sirian Bashar al-Assad deține proprietăți imobiliare in România conform unei liste publicate de Wall Street Journal**
- **Fost procuror general identifică o greșeală care ar putea fi speculată de Călin Georgescu**
- **Până la urmă, rușii lui Putin, sau oamenii lui Trump l-au propulsat pe orbita prezidentialelor pe Georgescu?**

ALBENI CONSULT SPED.
TRANSPORTURI PENTRU ORICE AI NEVOIE

comentarii

Adauga un comentariu

Adauga comentariu

Nume*

Nume

Email*

Email

Comentariu

Comentariu

Trimite

ULTIMA ORA

- **Fenomenul care sfidează logica: „Timp Negativ" observat în experimente cuantice. Descoperirea controversată despre natura realității**

  Oamenii de știință de la Universitatea din Toronto susțin că au demonstrat existența „timpului negativ" într-un mod fizic şi concret, nu doar teoretic. Rezultatele experimentelor lor, deși încă nepublicate într-un jurnal de specialitate, au atras atenția și scepticismul comunității științifice internaționale.

- **Oamenii de știință au descoperit un al doilea nucleu ascuns în interiorul Pământului**

  Miezul interior nu este doar o minge solidă de nichel și fier, ci este format din două straturi: o regiune centrală distinctă înglobată într-un înveliș exterior.

- **Baba Vanga: Predicții Îngrijorătoare pentru 2025 - „Începutul Apocalipsei"**

  Previziunile Babei Vanga continuă să fascineze și să înspăimânte, chiar și la aproape trei decenii de la moartea sa. Pentru anul 2025, celebra clarvăzătoare a făcut profeții alarmante, sugerând că ar putea marca „începutul apocalipsei".

- **Descoperirea finalului de an: Astronomii au găsit canale ascunse ce leagă sistemul nostru solar de alte colțuri ale universului**

  Sistemul nostru solar este situat într-o zonă specifică a spațiului cosmic, denumită Bula Fierbinte Locală, o regiune ce se extinde pe aproximativ 300 de ani-lumină, formată în urma mai multor explozii stelare de tip supernovă. Ultimele observații științifice au scos la iveală un detaliu extrem de important.

- **CCR a anulat alegerile degeaba: Nu Rusia, ci PNL a atacat cibernetic România in campania lui Călin Georgescu. Un document ANAF confirmă manipularea de pe TikTok**

  O ancheta incendiara a snoop.ro demonstreaza ca promovarea masiva a lui Calin Georgescu de pe tik-tok nu a fost un atac cibernetic rusesc.

- **Joe Biden a aprobat unul dintre ultimele sale acte și aruncă în aer relația dintre SUA și China**

Președintele american, Joe Biden, a aprobat un ajutor militar de 571 de milioane de dolari pentru Taiwan, a anunțat vineri Casa Albă.

- **Elon Musk, mesaj exploziv, despre alegerile din România: "Cum să nu fie considerat un dictator?!"**

  Omul de afaceri Elon Musk, cel mai apropiat om al lui Donald Trump, a distribuit articolul unui jurnalist Reuters, care analizează situația politică din România. După ce a citit detaliile din țara noastră, Elon Musk s-a întrebat cum poate un judecător să anuleze alegerile prezidențiale și să nu fie considerat un dictator.

- **Veste bună pentru clienții Hidroelectrica: facturile din octombrie și noiembrie vor fi recalculate și vor fi mai mici**

- **C'est fini! Clotilde Armand a renunțat la mandatul de senator**

  Fostul primar al Sectorului 1, Clotilde Armand, declarată incompatibilă de ÎCCJ, a renunțat vineri la mandatul de senator USR de București pe care l-a câștigat la alegerile parlamentare, după ce în urmă cu o zi a mers să-și preia mandatul.

DIN CATEGORIE

- TOP CITITE
- TOP COMENTATE

- 1.Bolojan a dat jos 28 de statui românești și a pus 10 monumente pentru Ungaria!
- 2.SRI a intors armele: blochează ordinele lui Klaus Iohannis pentru a preveni o lovitură de stat care sa păstreze la putere actualul regim
- 3.De ce ar fi fost chemat Marcel Ciolacu la Budapesta. Telefonul care a schimbat soarta României!
- 4.O să iasă un iureș de nedescris: Horațiu Potra a condus operațiuni neoficiale în numele statului român
- 5.Rusia vrea o nouă ordine mondială și fragmentarea Ucrainei într-un plan secret adresat SUA
- 6.Până la urmă, rușii lui Putin, sau oamenii lui Trump l-au propulsat pe orbita prezidentialelor pe Georgescu?
- 7.Cercetarile secrete ale Pentagonului: Reîncarnarea este reală. Pe ce informații se bazează raportul serviciilor de informatii
- 8.Fost procuror general identifică o greșeală care ar putea fi speculată de Călin Georgescu
- 9.Angela Merkel face dezvăluiri. Fostul cancelar al Germaniei nu crede in șarada lui Donald Trump
- 10.O criză mondială uriașă despre care nimeni nu vorbește: urmează un colaps major pentru jumătate dintre cele mai mari economii ale lumii

- Ramai conectat
  - Facebook
  - Twitter
  - RSS Feed
- Informatii
  - Contact
- Versiunea mobile
  - Versiunea mobile Romana
- Newsletter

  Introduceti emailul dvs. mai jos pentru a primi ultimele stiri de pe site-ul ZiuaNews.ro

  adresa e-mail

- Home/
- Stiri
- /Editorial
- /Dezvaluiri
- /Politica
- /Externe
- /Cancan
- /Sport

- Termeni si conditii
- /
- ZIUAnews © 2013